

MEDIA INNOVATION LAB

FELLOWSHIP-PROGRAMM

der Wiener Zeitung GmbH

BEWERBUNGSLEITFADEN BATCH #8

Inhaltsverzeichnis

1. EINLEITUNG	3
1.1. Wen wir suchen	3
1.2. Der Bewerbungsprozess	3
1.3. Zeitlicher Ablauf Batch #8	3
1.4. Disclaimer	3
2. ERLÄUTERUNGEN DER BEWERTUNGSKRITERIEN	4
2.1. Schriftliche Bewerbungsphase	4
2.2. Trial Day - Bewerbungsphase	7
2.3. Pitch Day - Bewerbungsphase	11
3. PHASE 1: SCHRIFTLICHE BEWERBUNG	13
3.1. Bewerbungsformular	13
3.2. Persönliche Voraussetzungen	13
3.3. Sachliche Voraussetzungen	14
3.4. Prüfung der Bewerbungsunterlagen auf Vollständigkeit	16
3.5. Bewertungskriterien	16
4. PHASE 2: TRIAL DAYS	17
4.1. Ablauf	17
4.2. Upload erforderlicher Dokumente	17
4.3. Jury	17
4.4. Bewertungskriterien	17
5. PHASE 3: PITCH DAY	18
5.1. Ablauf	18
5.2. Upload erforderlicher Dokumente	18
5.3. Jury	18
5.4. Bewertungskriterien	18
6. AUFNAHME IN DAS FELLOWSHIP	19
6.1. Zusage / Absage	19
6.2. Feedback bei Absage	19
7. WORKSHOPTERMINE	19
8. APPENDIX – BEWERTUNGSTABELLEN ALLER DREI PHASEN	19

1. EINLEITUNG

1.1. Wen wir suchen

Das 9-monatige Fellowship Programm bietet eine ideale Gelegenheit für Medien-Startups, die kurz vor der Gründung stehen oder bereits gegründet sind und ein neues Produkt auf den Markt bringen möchten. Alle Startups im Bereich Content / MediaTech sind herzlich willkommen.

1.2. Der Bewerbungsprozess

Der Bewerbungsprozess für das Fellowship ist in drei Phasen unterteilt:

- Schriftliche Bewerbung (via Typeform)
- Trial Days (vor Ort Wiener Zeitung GmbH)
- Pitch Day (vor Ort Wiener Zeitung GmbH)

Jede Phase unterliegt eigenen festgelegten Bewertungskriterien. Diese werden in den jeweiligen Kapiteln dargelegt und sind als Appendix angehängt.

1.3. Zeitlicher Ablauf Batch #8

- Die schriftliche Bewerbungsphase läuft bis **06. August 2026 (17:00 Uhr)**
- Vorauswahl und Rückmeldung bis spätestens **25. August 2026**
- Am **16., 18. & 22. September 2026** finden die Trial Days vor Ort statt (idealerweise im gesamten Team).
- Der Pitch Day findet am **30. September 2026** vor Ort statt.
- Der Kickoff-Workshop findet am **12. Oktober 2026** vor Ort statt.

Alle weiteren Workshoptermine sind unter Kapitel 7 zu finden.

1.4. Disclaimer

- Die teilnehmenden Startups können nach Maßgabe der Bestimmungen der Förder-Richtlinie und des abzuschließenden Vertrags eine Förderung in Höhe von maximal bis zu € 40.000 erhalten. Die Förder-Richtlinien dazu findet ihr online auf unserer Website.
- Die Teilnahme umfasst unter anderem Pflichtworkshops und -veranstaltungen sowie regelmäßige Deliverables.
- Das Media Innovation Lab nutzt die angegebenen Kontaktdaten zur Kontaktaufnahme während des Bewerbungsprozesses. Gleichzeitig werden die angegebenen Personen automatisch zu unserem Newsletter angemeldet. Sie können sich davon jederzeit abmelden.
- Während des Fellowships fordern wir verpflichtendes Feedback (etwa in Form eines standardisierten, anonymen Fragebogens) ein, um unser Programm laufend zu optimieren und an eure Bedürfnisse anzupassen.

Bei Schwierigkeiten oder weiteren Fragen zur Bewerbung wendet euch an: office@inno-lab.at

Das Team vom Media Innovation Lab wünscht euch viel Erfolg!

2. ERLÄUTERUNGEN DER BEWERTUNGSKRITERIEN

2.1. Schriftliche Bewerbungsphase

Folgende Themenblöcke / Bewertungskriterien werden im Zuge des Fellowship der schriftlichen Bewerbungsphase beurteilt:

Inhaltlicher Innovationsgrad (bei Content-Startups)

Bewertet wird, wie neuartig, kreativ und konzeptionell stark die journalistischen Inhalte oder Formate des Startups sind. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die originelle, mutige und konzeptionell eigenständige Formate oder Themen umsetzen; mit journalistischem Inhalt neue Zielgruppen oder Nutzungssituationen adressieren; etablierte Medienformate aufbrechen oder weiterentwickeln; konsequent einem erkennbaren publizistischen Leitbild folgen.

Technologischer Innovationsgrad (neue technische Ansätze, Anwendungen, Methoden; bei Tech-Startups)

Bewertet wird, wie innovativ, einzigartig und strategisch relevant die eingesetzte oder entwickelte Technologie ist. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die eine eigenentwickelte oder proprietäre Technologie nutzen oder vorsehen; Technologien mit hoher Skalierbarkeit oder Plattformpotenzial kombinieren; ein bislang nicht erschlossenes Bedürfnis oder Nutzungsszenario technisch lösen; mit Hilfe von Technologie neue journalistische Darstellungsmöglichkeiten oder Produktionsweisen ermöglichen; eine klare Strategie für technologische Weiterentwicklung und Schutz (z. B. IP, Know-how) aufzeigen.

Marktpotenzial 1: Zielmarkt

Im Fokus steht die Einschätzung des wirtschaftlichen Potenzials des Vorhabens. Hier werden zunächst die Größe des potenziellen Marktes und die Möglichkeit, eine signifikante Marktpräsenz zu erreichen, berücksichtigt. Bewertet wird, wie fundiert und realistisch das Marktpotenzial des Vorhabens eingeschätzt und dargestellt wird – sowohl hinsichtlich Marktgröße als auch Positionierung und erwarteter Entwicklung. Werden Marktpotenziale erkannt und durch Berücksichtigung von bestimmten Aspekten/Dimensionen besser ausgeschöpft (Marktsegmentierung)? Entstehen daraus neue Dienstleistungen, werden dadurch Fehlentwicklungen und/oder -investitionen vermieden? Welche wichtigen Trends werden / könnten das Marktwachstum beeinflussen? (z.B. technologische Entwicklungen, gesetzliche Veränderungen). Ein überzeugender Zugang berücksichtigt sowohl quantitative als auch qualitative Marktüberlegungen und zeigt strategisches Marktverständnis. Bewertet wird insbesondere: Größe und Zugänglichkeit des adressierten Marktes; erwartete Marktdynamik, z. B. durch technologische, gesellschaftliche oder gesetzliche Entwicklungen; Segmentierungsansätze und Positionierung, um das Marktpotenzial gezielt zu adressieren; Innovationsgrad und Nutzen neuer Produkte oder Dienstleistungen.

Marktpotenzial 2: Wettbewerbsanalyse

Bewertet wird, wie fundiert und differenziert sich das Projektteam mit dem bestehenden Wettbewerb auseinandergesetzt hat. Im Mittelpunkt stehen die Fähigkeit zur realistischen Einschätzung des Marktumfelds, die strategische Abgrenzung zu vergleichbaren Angeboten sowie die Reflexion über Risiken bei Markteintritt und Positionierung. Wie wurde das abgefragte Wettbewerbsverständnis erfasst? Inwiefern wurde dabei auf die erforderliche Abgrenzung zum Markt Rücksicht genommen? Dabei wird auch bewertet, inwiefern auf Entwicklungs- und Implementierungsrisiko Rücksicht genommen wurde und ob ausgeführt wurde, ob es sich um einen neuen oder bereits aufbereiteten Markt handelt. Inwiefern wurde eine Strategie angeboten, sich im Markt zu differenzieren? Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen eine systematische und realitätsnahe Analyse des Marktumfelds erfolgt ist (nicht nur eine Aufzählung von „Mitbewerbern“); die eigene Position im Markt klar abgegrenzt wird – mit nachvollziehbaren Alleinstellungsmerkmalen (USPs); strategisch argumentiert wird, wie sich das Vorhaben im Markt behaupten oder durchsetzen kann; Risiken und Herausforderungen beim Eintritt in den jeweiligen Marktsegmenten reflektiert und nicht beschönigt dargestellt werden; das Projektteam zeigt, dass es die Mechanismen des jeweiligen Marktes und das Verhalten potenzieller Wettbewerber:innen versteht und in die Planung einbezieht.

Marktpotenzial 3: Markteintrittsstrategie / Marketing

Bewertet wird, wie gut das Startup sich mit seiner Zielgruppe und dem Markt in den vorigen zwei Abschnitten auseinandergesetzt hat. Es wurden hinsichtlich des Marktpotenzials und des Produktangebots passende, nachhaltige und realistische Überlegungen getroffen. Besonders gut bewertet werden Projekte, bei denen die Strategie am besten zur vorab analysierten Zielmarkt- und Wettbewerbsanalyse passen. Der Markteintrittsfahrplan ist in Einzelschritten durchdacht und realistisch umsetzbar in Bezug auf die vorhandenen Ressourcen. Überlegungen einer Marketingstrategie sind erkennbar und schlüssig.

Geschäftsmodell - Einnahmequellen & Finanzplanung

Bewertet wird, wie schlüssig und realistisch die Einnahmestruktur und die finanzielle Planung des Vorhabens sind. Entscheidend ist, ob die Quellen der Erlöse nachvollziehbar dargelegt und die Finanzplanung zur Projekt- und Marktlogik passt. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: Einnahmequellen konkret und nachvollziehbar benannt und quantifiziert sind; eine klare und realistische Finanzplanung vorliegt, idealerweise mit Planungskennzahlen; verschiedene Einnahmeströme strategisch kombiniert werden (z B. Mix aus B2C, B2B, (Fördermitteln)); Annahmen zur wirtschaftlichen Entwicklung mit belastbaren Argumenten oder Markterkenntnissen unterlegt sind; mögliche Risiken oder Unsicherheiten in der Finanzierung reflektiert und proaktiv adressiert werden.

Geschäftsmodell - Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit des Geschäftsmodells

Bewertet wird, ob das zugrunde liegende Geschäftsmodell eine nachhaltige wirtschaftliche Tragfähigkeit sowie das Potenzial zur Skalierung oder Weiterentwicklung aufweist. Im Mittelpunkt stehen strategische Überlegungen zur langfristigen Tragfähigkeit, Wachstumsperspektiven und zur strukturellen Stabilität. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: ein klares, logisch aufgebautes und marktgerechtes Geschäftsmodell erkennbar ist;

konkrete Skalierungsszenarien dargestellt werden (z. B. wachstumsfähige Plattformmodelle, Lizenzen, Multiplikation); langfristige Entwicklungsschritte und potenzielle Herausforderungen reflektiert wurden; das Modell über rein projektbasierte Finanzierung hinausgeht (z. B. durch wiederkehrende Einnahmen, Systempartnerschaften); ökologische, soziale oder unternehmerische Nachhaltigkeitsprinzipien sinnvoll eingebunden sind.

Relevanz & Impact - Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact

Bewertet wird, ob das Vorhaben positive Wirkungen auf Medienpluralismus, gesellschaftliche Teilhabe oder die Lösung sozialer Herausforderungen entfaltet. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die einen klaren gesellschaftlichen Mehrwert schaffen (z.B. Demokratisierung, Aufklärung, Beteiligung); mit journalistischen Mitteln soziale Probleme oder Missstände sichtbar und bearbeitbar machen; eine faire, inklusive und verantwortungsvolle Unternehmensphilosophie verfolgen; Transparenz und ethische Standards glaubwürdig umsetzen; Wirkung nicht nur behaupten, sondern mit Zielen, Kennzahlen oder Wirkungspfaden unterlegen.

Relevanz & Impact - Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen

Bewertet wird, wie gut das Vorhaben auf zentrale strukturelle oder inhaltliche Probleme in der Medienbranche reagiert. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die ein klar benanntes Problemfeld der Medienbranche adressieren und dafür eine innovative Lösung anbieten; mediale Herausforderungen wie Desinformation, Algorithmisierung oder Reichweitenungleichgewichte aufgreifen; neue Finanzierungsmodelle, Beteiligungsformate oder Verbreitungswege erproben; bereits in der Umsetzung konkrete Resultate oder Wirkungserwartungen belegen; neue Rollenbilder für Medienmacher:innen oder partizipative Prozesse mit Nutzer:innen ermöglichen.

Gründer:innen - Erfahrung und Expertise

Bewertet wird, ob das Startup über fundierte und für das Vorhaben relevante Erfahrungen im Medien-, Technologie- oder Innovationsbereich verfügt. Dabei stehen sowohl fachliche Qualifikationen als auch unternehmerische oder projektspezifische Erfahrungen im Mittelpunkt. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: das Startup über eine nachweislich relevante Berufserfahrung in den Anwendungsfeldern des Projekts verfügt; sowohl technische als auch inhaltliche Kompetenzen vorhanden sind; Gründungserfahrung oder frühere Projekte als Referenz dienen; Kompetenzlücken realistisch eingeschätzt und gezielt adressiert werden sollen (z. B. durch externe Partner:innen, Weiterbildung oder Teamerweiterung).

Gründer:innen – Komplementarität

Bewertet wird, wie gut das Startup in seiner Zusammenarbeit funktioniert, wie die individuellen Kompetenzen verteilt sind und wie diese sich gegenseitig ergänzen. Im Fokus stehen sowohl die interne (Team-)struktur als auch das Potenzial, das Team im Laufe der Projektentwicklung strategisch zu erweitern oder anzupassen. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen die aktive Weiterentwicklung der Kompetenzen angestrebt wird (z.B. Aufbau von Kompetenzen, gezielte Erweiterung, Austauschformate); unterschiedliche Perspektiven bewusst einbezogen werden.

Diversität

Diversitätsbewertung in Bezug auf Team oder Themenauswahl oder Umgang mit dem Markt (Produktabhängig, Teamabhängig zB hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Kultur, Behinderung, Zugänglichkeit, Chancengleichheit etc.).

Pitch Deck

Unterlagen auf Vollständigkeit prüfen + Nachforderung mittels Frist, unterstützend bei der Bewertung heranziehen

CV(s) von allen Beteiligten

Unterlagen auf Vollständigkeit prüfen + Nachforderung mittels Frist, unterstützend bei der Bewertung heranziehen

2-Minuten-Video

Unterlagen auf Vollständigkeit prüfen + Nachforderung mittels Frist, unterstützend bei der Bewertung heranziehen

2.2. Trial Day - Bewerbungsphase

Folgende Themenblöcke / Bewertungskriterien werden im Zuge des Fellowship der Trial Days Bewerbungsphase beurteilt:

Inhaltlicher Innovationsgrad (bei Content Startups):

Bewertet wird, wie neuartig, kreativ und konzeptionell stark die journalistischen Inhalte oder Formate des Startups sind. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die originelle, mutige und konzeptionell eigenständige Formate oder Themen umsetzen; mit journalistischem Inhalt neue Zielgruppen oder Nutzungssituationen adressieren; etablierte Medienformate aufbrechen oder weiterentwickeln; konsequent einem erkennbaren publizistischen Leitbild folgen.

Technologischer Innovationsgrad (neue technische Ansätze, Anwendungen, Methoden; bei Tech-Startups):

Bewertet wird, wie innovativ, einzigartig und strategisch relevant die eingesetzte oder entwickelte Technologie ist. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die eine eigenentwickelte oder proprietäre Technologie nutzen oder vorsehen; Technologien mit hoher Skalierbarkeit oder Plattformpotenzial kombinieren; ein bislang nicht erschlossenes Bedürfnis oder Nutzungsszenario technisch lösen; mit Hilfe von Technologie neue journalistische Darstellungsmöglichkeiten oder Produktionsweisen ermöglichen; eine klare Strategie für technologische Weiterentwicklung und Schutz (z. B. IP, Know-how) aufzeigen.

Marktpotential / Zielmarkt:

Im Fokus steht die Einschätzung des wirtschaftlichen Potenzials des Vorhabens. Hier werden zunächst die Größe des potenziellen Marktes und die Möglichkeit, eine signifikante Marktpresenz zu erreichen, berücksichtigt. Bewertet wird, wie fundiert und realistisch das Marktpotenzial des Vorhabens eingeschätzt und dargestellt wird – sowohl hinsichtlich Marktgröße als auch Positionierung und erwarteter Entwicklung. Werden Marktpotenziale erkannt und durch Berücksichtigung von bestimmten Aspekten/Dimensionen besser ausgeschöpft (Marktsegmentierung)? Entstehen daraus neue Dienstleistungen, werden dadurch Fehlentwicklungen und/oder -investitionen vermieden? Welche wichtigen Trends werden / könnten das Marktwachstum beeinflussen? (z.B. technologische Entwicklungen, gesetzliche Veränderungen). Ein überzeugender Zugang berücksichtigt sowohl quantitative als auch qualitative Marktüberlegungen und zeigt strategisches Marktverständnis.

Bewertet wird insbesondere: Größe und Zugänglichkeit des adressierten Marktes; erwartete Marktdynamik, z. B. durch technologische, gesellschaftliche oder gesetzliche Entwicklungen; Segmentierungsansätze und Positionierung, um das Marktpotenzial gezielt zu adressieren; Innovationsgrad und Nutzen neuer Produkte oder Dienstleistungen.

Wettbewerbsanalyse:

Bewertet wird, wie fundiert und differenziert sich das Startup mit dem bestehenden Wettbewerb auseinandergesetzt hat. Im Mittelpunkt stehen die Fähigkeit zur realistischen Einschätzung des Marktumfelds, die strategische Abgrenzung zu vergleichbaren Angeboten sowie die Reflexion über Risiken bei Markteintritt und Positionierung. Wie wurde das abgefragte Wettbewerbsverständnis erfasst? Inwiefern wurde dabei auf die erforderliche Abgrenzung zum Markt Rücksicht genommen? Dabei wird auch bewertet, inwiefern auf Entwicklungs- und Implementierungsrisiko Rücksicht genommen wurde und ob ausgeführt wurde, ob es sich um einen neuen oder bereits aufbereiteten Markt handelt. Inwiefern wurde eine Strategie angeboten, sich im Markt zu differenzieren?

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen eine systematische und realitätsnahe Analyse des Marktumfelds erfolgt ist (nicht nur eine Aufzählung von „Mitbewerbern“); die eigene Position im Markt klar abgegrenzt wird – mit nachvollziehbaren Alleinstellungsmerkmalen (USPs); strategisch argumentiert wird, wie sich das Vorhaben im Markt behaupten oder durchsetzen kann; Risiken und Herausforderungen beim Eintritt in den jeweiligen Marktsegmenten reflektiert und nicht beschönigt dargestellt werden; das Projektteam zeigt, dass es die Mechanismen des jeweiligen Marktes und das Verhalten potenzieller Wettbewerber:innen versteht und in die Planung einbezieht.

Markteintrittsstrategie / Marketing:

Bewertet wird, wie gut sich das Startup mit seiner Zielgruppe und dem Markt in den vorigen zwei Abschnitten auseinandergesetzt hat. Es wurden hinsichtlich des Marktpotenzials und des Produktangebots passende, nachhaltige und realistische Überlegungen getroffen.

Besonders gut bewertet werden Projekte, bei denen die Strategie am besten zur vorab analysierten Zielmarkt- und Wettbewerbsanalyse passen. Der Markteintrittsfahrplan ist in Einzelschritten durchdacht und realistisch umsetzbar in Bezug auf die vorhandenen Ressourcen. Überlegungen einer Marketingstrategie sind erkennbar und schlüssig.

Geschäftsmodell - Einnahmequellen und Finanzplanung

Bewertet wird, wie schlüssig und realistisch die Einnahmestruktur und die finanzielle Planung des Vorhabens sind. Entscheidend ist, ob die Quellen der Erlöse nachvollziehbar dargelegt und die Finanzplanung zur Projekt- und Marktlogik passt.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: Einnahmequellen konkret und nachvollziehbar benannt und quantifiziert sind; eine klare und realistische Finanzplanung vorliegt, idealerweise mit Planungskennzahlen; verschiedene Einnahmeströme strategisch kombiniert werden (z B. Mix aus B2C, B2B, (Fördermitteln)); Annahmen zur wirtschaftlichen Entwicklung mit belastbaren Argumenten oder Markterkenntnissen unterlegt sind; mögliche Risiken oder Unsicherheiten in der Finanzierung reflektiert und proaktiv adressiert werden.

Geschäftsmodell - Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit

Bewertet wird, ob das zugrunde liegende Geschäftsmodell eine nachhaltige wirtschaftliche Tragfähigkeit sowie das Potenzial zur Skalierung oder Weiterentwicklung aufweist. Im Mittelpunkt stehen strategische Überlegungen zur langfristigen Tragfähigkeit, Wachstumsperspektiven und zur strukturellen Stabilität.

Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: ein klares, logisch aufgebautes und marktgerechtes Geschäftsmodell erkennbar ist; konkrete Skalierungsszenarien dargestellt werden (z. B. wachstumsfähige Plattformmodelle, Lizenzen, Multiplikation); langfristige Entwicklungsschritte und potenzielle Herausforderungen reflektiert wurden; das Modell über rein projektbasierte Finanzierung hinausgeht (z. B. durch wiederkehrende Einnahmen, Systempartnerschaften); ökologische, soziale oder unternehmerische Nachhaltigkeitsprinzipien sinnvoll eingebunden sind.

Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact

Bewertet wird, ob das Vorhaben positive Wirkungen auf Medienpluralismus, gesellschaftliche Teilhabe oder die Lösung sozialer Herausforderungen entfaltet. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die einen klaren gesellschaftlichen Mehrwert schaffen (z B. Demokratisierung, Aufklärung, Beteiligung); mit journalistischen Mitteln soziale Probleme oder Missstände sichtbar und bearbeitbar machen; eine faire, inklusive und verantwortungsvolle Unternehmensphilosophie verfolgen; Transparenz und ethische Standards glaubwürdig umsetzen; Wirkung nicht nur behaupten, sondern mit Zielen, Kennzahlen oder Wirkungspfaden unterlegen.

Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen

Bewertet wird, wie gut das Vorhaben auf zentrale strukturelle oder inhaltliche Probleme in der Medienbranche reagiert. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, die ein klar benanntes Problemfeld der Medienbranche adressieren und dafür eine innovative Lösung anbieten; mediale

Herausforderungen wie Desinformation, Algorithmierung oder Reichweitenungleichgewichte aufgreifen; neue Finanzierungsmodelle, Beteiligungsformate oder Verbreitungswege erproben; bereits in der Umsetzung konkrete Resultate oder Wirkungserwartungen belegen; neue Rollenbilder für Medienmacher:innen oder partizipative Prozesse mit Nutzer:innen ermöglichen.

Gründer:innen(team) - Erfahrung und Expertise

Bewertet wird, ob das Startup über fundierte und für das Vorhaben relevante Erfahrungen im Medien-, Technologie- oder Innovationsbereich verfügt. Dabei stehen sowohl fachliche Qualifikationen als auch unternehmerische oder projektspezifische Erfahrungen im Mittelpunkt. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen: das Startup über eine nachweislich relevante Berufserfahrung in den Anwendungsfeldern des Projekts verfügt; sowohl technische als auch inhaltliche Kompetenzen vorhanden sind; Gründungserfahrung oder frühere Projekte als Referenz dienen; Kompetenzlücken realistisch eingeschätzt und gezielt adressiert werden sollen (z. B. durch externe Partner:innen, Weiterbildung oder Teamerweiterung).

Gründer:innen(team) - Dynamik & Komplementarität

Bewertet wird, wie gut das Startup in seiner Zusammenarbeit funktioniert, wie die individuellen Kompetenzen verteilt sind und wie diese sich gegenseitig ergänzen. Im Fokus stehen sowohl die interne (Team-)Struktur als auch das Potenzial, das Team im Laufe der Projektentwicklung strategisch zu erweitern oder anzupassen. Besonders gut bewertet werden Einreichungen, bei denen die aktive Weiterentwicklung der Kompetenzen angestrebt wird (z B. Aufbau von Kompetenzen, gezielte Erweiterung, Austauschformate); unterschiedliche Perspektiven bewusst einbezogen werden.

Mentoring

Bewertet wird die Fähigkeit und Bereitschaft des Startups, externe Beratung und Feedback aufzunehmen, konstruktiv zu verarbeiten und daraus Entwicklungsschritte abzuleiten. Dieses Kriterium ist besonders relevant, da das Fellowship Coaching- und Mentoringelemente enthält, die eine hohe Offenheit und Kooperationsfähigkeit erfordern. Besonders gut bewertet wird dabei, wenn das Startup aktiv nach Feedback sucht, Vorschläge reflektiert und hohe Bereitschaft zur Veränderung zeigt sowie sich selbst aktiv an Gesprächen beteiligt.

Diversität

Diversitätsbewertung in Bezug auf Team oder Themenauswahl oder Umgang mit dem Markt (Produktabhängig, Teamabhängig zB hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Kultur, Behinderung, Zugänglichkeit, Chancengleichheit etc.)

Eruiung des tatsächlichen Projektstatus (Echtheitsprüfung des Fortschritts)

Bewertet wird, ob die im Antrag beschriebenen Aussagen zum Projektstand, zur Umsetzungsreife und zu bisherigen Arbeitsschritten mit dem tatsächlichen Projektstatus übereinstimmen. Der Trial Day bietet Gelegenheit, diese Angaben durch Gespräche, Rückfragen und direkte Einblicke zu überprüfen. Besonders positiv wird bewertet, wenn das Startup realistisch und offen über den aktuellen Status spricht, transparent mit Herausforderungen umgeht und nachvollziehbare Fortschritte zeigen kann.

Präsentation des Pitches

Bewertet werden Klarheit, Struktur und Storytelling; und das formale Erfüllen der Aufgabenstellung (Einhalten der Vorgabe, Visuelle Umsetzung und Zeitmanagement).

Juryfragen

Die Fragen der Jury wurden vollumfänglich und nachvollziehbar beantwortet.

- fachlich präzise
- strukturiert / logisch
- kritisch konstruktiv / selbstreflektiert

2.3. Pitch Day - Bewerbungsphase

Innovationsgrad

Die Innovation des Projekts ist klar dargestellt.

Marktpotential 1 – Zielmarkt

Die Marktsegmentierung und Positionierung ist nachvollziehbar. Das Erfolgspotenzial des Projekts hinsichtlich Markt & Zielgruppe ist hoch. (zB Erschließung neuer Dienstleistungen oder Nutzer:innen ist nachvollziehbar dargestellt.)

Marktpotential 2 – Wettbewerbsanalyse

Das Vorhaben unterscheidet sich zu konkurrierenden Angeboten am Markt.

Geschäftsmodel – Einnahmequellen & Finanzplanung

Es sind konkrete Einnahmequellen geplant und realistisch dargestellt (z.B. Abonnements, Werbung, Lizenzmodelle, Förderungen, Plattformanteile); die Ziele entsprechen der Planung.

Geschäftsmodell – Nachhaltigkeit & Skalierbarkeit

Das Geschäftsmodell ist langfristig wirtschaftlich tragfähig angelegt. (nicht abhängig von kurzfristigen, externen Faktoren). Es besteht ein strategisches Verständnis von Wertschöpfung und Ressourcenverwendung.

Relevanz & Impact – Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact

Unternehmerisches Handeln wird mit sozialer Verantwortung verbunden. Gesellschaftliche oder mediale Probleme werden klar und verständlich adressiert.

Relevanz & Impact – Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen

Aktuellen Herausforderungen (z. B. Vertrauensverlust, Finanzierung, Fragmentierung) werden klar und verständlich transportiert. Praktikable Lösungen oder Wege werden aufgezeigt.

Juryfragen

Die Fragen der Jury wurden vollumfänglich und nachvollziehbar beantwortet.

- fachlich präzise
- strukturiert / logisch
- kritisch konstruktiv / selbstreflektiert

3. PHASE 1: SCHRIFTLICHE BEWERBUNG

3.1. Bewerbungsformular

Bitte beachtet folgende Punkte beim Ausfüllen des Bewerbungsformulars:

- Nachweise zu persönlichen Voraussetzungen werden zum Teil schriftlich und zum Teil mittels Checkboxes abgefragt.
- Sachliche Voraussetzungen betreffen Beschreibungen und Angaben rund um das Projekt (maximale Zeichenanzahl angegeben).
- Hängt an entsprechender Stelle am Ende der Bewerbung die erforderlichen Dokumente an.
Fügt dabei den Namen eures Startups in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein
 - Pitch Deck
 - CV(s) von allen Beteiligten
 - De-minimis-Erklärung (Vorlage zum Download auf unserer Website)
 - 2-Minuten Video, in dem ihr eure Idee vorstellt

3.2. Persönliche Voraussetzungen

3.2.1. Angaben zum Startup

- Name eures Startups / eures Projekts
- Angabe von Webseite, LinkedIn Profil, weitere Business / Social Media Kanäle (so vorhanden)

3.2.2. Kategorie

Wo ordnet ihr euer Business eher ein? (Single Choice; bitte wählt die Kategorie, der euer Startup am meisten entspricht, auch wenn ihr Komponenten der anderen ebenso erfüllt.)

- Content Startup
- Media Tech Startup

3.2.3. Worum handelt es sich bei eurem Startup? (Single Choice)

- Medienunternehmen (= bereits gegründet)
 - natürliche Personen / Projektteam (= derzeit noch kein Medienunternehmen)
- oder
- Technologieunternehmen (= bereits gegründet)
 - natürliche Personen / Projektteam (= derzeit noch kein Technologieunternehmen)

> Folgefrage falls bereits gegründet:

- Welche Unternehmensform hat euer Startup?
- Sollte es derzeit eine Non-Profit-Organisation sein, habt ihr vor künftig gewinnorientierte Einnahmen zu generieren? (falls nein – Ausschlusskriterium)

3.2.4. Bestätigung zu folgenden Themen (siehe dazu Punkt 4. der *Förder-Richtlinie*)

- Medienunternehmen gem. § 1 Abs 1 Z 6 Mediengesetz in der jeweils geltenden Fassung / sinngemäß geltend für Technologieunternehmen & natürliche Personen
- Medienstandort Österreich
- Angaben zum Strafregisterauszug
- Erfüllung Fördervoraussetzung / Ausschlussgründe liegen nicht vor

3.2.5. Angaben zum Team

- Aus wie vielen (Co-) Founder:innen / Mitgliedern setzt sich euer Team zusammen?
- Ausfüllen der entsprechenden Kontaktdaten: Name | Telefon | E-Mail (Teammitglied 1 = unsere Hauptansprechperson)
- Angabe LinkedIn Profil(e) (so vorhanden)

3.3. Sachliche Voraussetzungen

(in Klammer ist die entsprechende Maximal-Zeichenanzahl inkl. Leerzeichen angegeben)

3.3.1. Projektbeschreibung

- Beschreibung in einem Satz (200)
- Beschreibung als Text (1500)

Diese Angaben können im Falle einer Förderung zur Veröffentlichung genutzt werden.

3.3.2. Innovationsgrad

Beschreibt, wie neuartig und kreativ die journalistischen Inhalte oder Formate sind, die euer Startup anbietet (Inhaltlicher Innovationsgrad) *ODER* Beschreibt, wie innovativ und einzigartig die Technologie ist, die euer Startup entwickelt oder nutzt (Technologischer Innovationsgrad)

Dabei sind gesamthaft folgende Fragen zu beantworten:

- Welches Problem löst euer Startup? (1500)
Beschreibt euer Produkt bzw. eure Startup-Idee. Legt dabei den Fokus auf den Innovationsgrad und die Einzigartigkeit.
- Gibt es euch bereits auf dem Markt? > Ja/Nein
(Ihr seid noch nicht so weit? Keine Sorge – das ist kein Ausschlusskriterium.)
- Falls ja: Habt ihr mit eurem Produkt / Startup schon Umsätze generiert > Ja/Nein
(Ihr seid noch nicht so weit? Keine Sorge – das ist kein Ausschlusskriterium.)

3.3.3. Marktpotenzial

Der Themenblock Marktpotenzial gliedert sich in 2 Teilsegmente:

(a) Zielmarkt

1. Beschreibt die Größe des potenziellen Marktes und die Möglichkeit, eine signifikante Marktpresenz zu erreichen.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten (*gesamt 1500*):

- Wer sind eure Hauptkunden (Zielgruppendarstellung)?
- Wie groß ist der gesamte Markt? (Schätzt oder recherchiert, wie viele potenzielle Kund:innen bzw. Zielgruppen es für euer Produkt gibt.)
- Erklärt, wie ihr auf diese Einschätzung gekommen seid.

2. Welche wichtigen Trends werden / könnten das Marktwachstum beeinflussen? (z.B. technologische Entwicklungen, gesetzliche Veränderungen) (1500)

(b) Wettbewerbsanalyse

Beschreibt euer Verständnis für den Wettbewerb und eure Strategie, sich im Markt zu differenzieren.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Beschreibt eure Konkurrenz auf dem Markt und wie ihr euch mit eurer Idee von dieser abheben möchtet. (1500)

3.3.4. Geschäftsmodell

Der Themenblock Geschäftsmodell gliedert sich in 2 Teilsegmente:

(a) Einnahmequellen und Finanzplanung

Beschreibt die Klarheit und Realisierbarkeit der geplanten Einnahmequellen und die finanzielle Planung.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten: (*gesamt 1500*)

- Aus welchen Quellen wirst du deine Einnahmen generieren?
- Wie sieht deine Finanzplanung aus?
- Welche Wissenslücken habt ihr in Bezug auf das Thema Finanzen?

(b) Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit

Beschreibt, wie gut das Geschäftsmodell langfristig tragfähig und skalierbar ist. (*2000*)

3.3.5. Relevanz & Impact

Der Themenblock Relevanz & Impact gliedert sich in 2 Teilsegmente:

(a) Gesellschaftlicher und medienbranchenrelevanter Impact

Beschreibt, wie stark ihr die Medienlandschaft oder die Gesellschaft positiv beeinflussen könnt.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Wie beeinflusst euer Startup / euer Projekt die Medienlandschaft und / oder die Gesellschaft positiv? (*1500*)

(b) Relevanz für aktuelle Medienherausforderungen

Beschreibt, wie gut ihr aktuelle Herausforderungen in der Medienbranche adressiert.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Welche Herausforderungen der Medienbranche können durch euer Vorhaben überwunden werden? (*2000*)

3.3.6. Gründer:innen(team)

Der Themenblock Gründer:innen(team) gliedert sich in 2 Teilsegmente:

(a) Erfahrung und Expertise

Beschreibt die relevanten Erfahrungen und Fähigkeiten der Gründer:innen im Medien- und/oder Technologiebereich.

Dabei ist folgende Frage zu beantworten:

- Welche Erfahrungen und Fähigkeiten im Medien- und / oder Technologiebereich bildet das Startup(team) ab? (*2500*)

(b) Dynamik und Komplementarität

Beschreibt die Zusammenarbeit und die unterschiedlichen Fähigkeiten innerhalb des Startups.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten: (*je 1000*)

- Wie verteilen sich die Rollen / Aufgabenbereiche / Verantwortlichkeiten?
- Welche Kompetenzen fehlen noch? Wie können diese im Laufe des Programms im bestehenden Team ergänzt werden? Sind weitere Teammitglieder zu diesem Zweck geplant? (*3000*)

3.3.7. Diversität

Beschreibt je nach Projektinhalt die Diversität in Bezug auf

- Team oder/und
- Themenauswahl oder/und
- Umgang mit dem Markt

(Produktabhängig, Teamabhängig zB hinsichtlich Alter, Geschlecht, Herkunft, Kultur, Behinderung, Zugänglichkeit, Chancengleichheit etc.) (1000)

3.3.8. Projektstand

Beschreibt den aktuellen Projektstand.

Dabei sind folgende Fragen zu beantworten (*gesamt 1000*):

- Sind bereits Inhalte online? Wenn ja, welche?
- Gibt es Überlegungen zur Zielgruppe oder wird diese bereits erreicht?

3.3.9. Sonstiges

Der Themenblock Sonstiges gibt uns wichtige Einblicke über eure Erwartungen an das Programm. Diese Informationen fließen nicht in die Bewertung mit ein:

- Welche Erwartungen habt ihr an das Programm? Welche Herausforderungen möchtet ihr im Laufe des Programms angehen? (2000)
- Wie plant ihr, die monetäre Förderung für euer Vorhaben einzusetzen? (Unsere Förderung ist an keine Mindestausgaben gekoppelt, auch Eigenleistung kann verrechnet werden. Die genaue *Förder-Richtlinie* dazu findet ihr online.) (1000)
- Wie seid ihr auf uns / unsere Programme aufmerksam geworden?
- Optional: Gibt es noch etwas, das ihr uns mitteilen möchtet?

3.3.10. Upload erforderlicher Unterlagen

Ladet am Ende des Bewerbungsformulars bitte alle erforderlichen Dokumente (siehe Kapitel 3.1) hoch. **Fügt dabei den Namen eures Startups/Projekts in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein.**

3.3.11. Final Disclaimer - Bestätigungen

- Kenntnisnahme der Workshoptermine
- konzeptionell schlüssiges Vorhaben / förderbares Projekt gemäß Förder-Richtlinie Punkt 5.2 bzw. 5.3

3.4. Prüfung der Bewerbungsunterlagen auf Vollständigkeit

Sollten geforderte Angaben oder Unterlagen nach Ende der Bewerbungsfrist nicht vollständig vorliegen, wird eine schriftliche Nachforderung per Mail mittels Angabe einer Frist an die im Bewerbungsformular angegebene Kontaktperson gestellt. Sollten die angeforderten Unterlagen nicht bis zu dieser Deadline geliefert werden, ist keine weitere inhaltliche Überprüfung in Phase 1 möglich und es kommt zum Ausschluss des Startups.

3.5. Bewertungskriterien

In der Bewertungsphase 1 werden Leitfragen mit Ja/Nein bzw. Erfüllt/Nicht erfüllt beantwortet. Die KO-Kriterien sind der angehängten Tabelle (Kapitel 8) zu entnehmen. Startups, die alle Kriterien erfüllen werden zu den Trial Days eingeladen. Diese erste Bewertung wird vom Media Innovation Lab Team vorgenommen.

4. PHASE 2: TRIAL DAYS

4.1. Ablauf

Die Trial Days finden persönlich vor Ort in den Räumlichkeiten der Wiener Zeitung statt. Die Bewerber:innen müssen sich die kommunizierten Tage dafür freihalten. Eine Zusage / Einladung inklusive Zuteilung erfolgt bis zu der angegebenen Deadline (siehe Kapitel 1.3). Diese Termine werden ebenso im schriftlichen Bewerbungsformular angegeben. Die Trial Days werden in Gruppen abgehalten. Idealerweise erscheinen die Startups im gesamten Team.

4.2. Upload erforderlicher Dokumente

Für den Trial Day ist das Hochladen folgender Unterlagen bis zur angegebenen Deadline im Zugeschreiben notwendig; **Fügt dabei den Namen eures Startups in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein:**

- One-Pager zu eurem Finanzmodell (Vorlage wird in Einladungsschreiben verlinkt)
- Bilder gemäß Workshop-Aufgabenstellung (wird im Einladungsschreiben erläutert)

4.3. Jury

Die Fachjury setzt sich aus verschiedenen Wiener Zeitung GmbH-internen und externen Expert:innen zusammen. Wer diese Personen sind, erfahren die Bewerber:innen entweder im Trial Day-Zugeschreiben oder/und in der jeweiligen Termineinladung.

4.4. Bewertungskriterien

In der Bewertungsphase 2 werden die definierten Leitfragen mittels Schulnotensystem bewertet. Jedes Jurymitglied nimmt eine individuelle Benotung vor (1 bis 5). Im Anschluss wird der Durchschnitt aller Schulnoten-Bewertungen ermittelt und anhand eines Punkteschlüssels umgerechnet. Die so erreichten Punkte je Bewertungskategorie werden zum Gesamtpunktestand aufsummiert, wobei gilt: je mehr Punkte, desto besser. Nach einer abschließenden Jury-Plenumsdiskussion werden die 10-15 bestgereihten Startups für den finalen Pitch Day nominiert (die Anzahl kann je nach Durchgang variieren).

5. PHASE 3: PITCH DAY

5.1. Ablauf

Der Pitch Day findet persönlich vor Ort in den Räumlichkeiten der Wiener Zeitung GmbH statt. Die Bewerber:innen müssen sich den kommunizierten Tag dafür freihalten. Eine Zusage / Einladung erfolgt zeitnah nach dem letzten Trial Day Termin und der finalen Jurybewertung. Hierfür werden individuelle Zeitslots je Startup vergeben. Der Pitch Day Termin (siehe Kapitel 1.3) wird ebenso im schriftlichen Bewerbungsformular angegeben.

5.2. Upload erforderlicher Dokumente

Für den Pitch Day ist das Hochladen folgender Unterlagen bis zur angegebenen Deadline im Pitch Day-Zusageschreiben notwendig; **Fügt dabei den Namen eures Startups/Projekts in jeder Dokumentenbezeichnung zu Beginn ein:**

- Pitch Präsentation

5.3. Jury

Die Fachjury setzt sich aus Wiener Zeitung GmbH-internen sowie externen Expert:innen zusammen. Wer diese Personen sind, erfahren die Bewerber:innen entweder im Pitch Day-Zusageschreiben oder/und in der jeweiligen Termineinladung.

5.4. Bewertungskriterien

In der Bewertungsphase 3 werden die definierten Leitfragen mittels Schulnotensystem bewertet. Jedes Jurymitglied nimmt eine individuelle Benotung vor (1 bis 5). Im Anschluss wird der Durchschnitt aller Schulnoten-Bewertungen ermittelt und anhand eines Punkteschlüssels umgerechnet. Die so erreichten Punkte je Bewertungskategorie werden zum Gesamtpunktestand aufsummiert, wobei gilt: je mehr Punkte, desto besser. Nach einer abschließenden Jury-Plenumsdiskussion werden die 6 bestgereihten Startups für den nächsten Fellowship Durchgang nominiert.

6. AUFNAHME IN DAS FELLOWSHIP

6.1. Zusage / Absage

Die Startups werden bis spätestens zwei Tage nach dem Pitch Day schriftlich darüber informiert, ob sie in das Fellowship aufgenommen werden oder nicht.

Im Falle einer Zusage folgt direkt der erste Kick-Off Workshop. Dieser sowie alle weiteren Workshoptermine (siehe Kapitel 1.3 & 7) werden ebenso im schriftlichen Bewerbungsformular angegeben.

6.2. Feedback bei Absage

Im Falle einer Absage (unabhängig von der Bewerbungsphase) wird das Startup zu einem optionalen konstruktiven Feedback-Gespräch eingeladen.

7. WORKSHOPTERMINE

Die ersten Monate überschneiden sich mit dem aktuell laufenden Batch und ihr besucht die Workshops gemeinsam. Die Workshops sind verpflichtend, ihr könnt an maximal 2 Terminen schriftlich entschuldigt fehlen (siehe auch Förder-Richtlinie, Punkt 8).

Um ein reibungsloses administratives Onboarding beim ersten Kickoff-Workshop sicherzustellen, sollten möglichst alle Teammitglieder anwesend sein. An allen weiteren 8 Workshopterminen muss mindestens ein Teammitglied teilnehmen und das erworbene Wissen an die jeweils zuständigen Teammitglieder weitergeben.

Die Inhalte variieren von Batch zu Batch, da sie an die jeweiligen Needs der aktuellen Startups angepasst werden. Während des Fellowships fordern wir verpflichtendes Feedback ein, um unser Programm laufend zu optimieren und an eure Bedürfnisse anzupassen.

Haltet euch folgende 10 Termine frei:

- Kick-Off - Fellowship Batch 8 / Workshop inkl. Leistungsgrundlage 12.10.2026
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 28.10.2026
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 18.11.2026
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 09.12.2026
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 20.01.2027
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 17.02.2027
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 17.03.2027
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 14.04.2027
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 12.05.2027
- Workshop - Fellowship Batch 8 - 16.06.2027

Optional: Save the date: re:think media findet am 08. Oktober 2026 statt.

8. APPENDIX – BEWERTUNGSTABELLEN ALLER DREI PHASEN

- Bewertungskriterien Phase 1 – Teil 1 (Schriftliche Bewerbung)
- Bewertungskriterien Phase 1 – Teil 2 (Schriftliche Bewerbung)
- Bewertungskriterien Phase 1 – Teil 3 (Schriftliche Bewerbung)
- Bewertungskriterien Phase 1 – Teil 4 (Schriftliche Bewerbung)
- Bewertungskriterien Phase 2 (Trial Days)
- Bewertungskriterien Phase 3 (Pitch Day)